

ANALISIS RANTAI NILAI BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH DALAM MEWUJUDKAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (STUDI PADA BANK MUAMALAT KOTA PALOPO)

Rifai¹ Andika² Suardi³

*Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo
Jalan Jendral Sudirman Km.03 Binturu, Wara Selatan, Kota Palopo
Sulawesi Selatan 91922
dimasrifaimashuri@gmail.com*

ABSTRACT

This research aims to find out about value chain analysis based on sharia principles in realizing good corporate governance. This research is a type of qualitative research. Data collection methods use observation, interview and documentation methods. The data analysis technique used is the withdrawal of conclusions. The results of this research show that the main activity of this bank is certainly the collection of capital and funds from customers, then the design of products based on fatwas and fund development as well, there are services offered and supporting activities in the form of infrastructure, Human Resource Management, Technology Development and Procurement.

Keywords: *Value Chain, Sharia Principles, GCG*

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang analisis rantai nilai berdasarkan prinsip syariah dalam mewujudkan good corporate governance. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas utama dari bank ini sudah pasti penghimpunan modal dan dana dari nasabah, lalu adanya desain produk yang mana berdasarkan fatwa dan pengembangan dana juga, ada layanan yang ditawarkan pula dan aktivitas pendukungnya berupa frim infrastructure, Human Resource Management, Technology Development dan Procurement

Kata kunci: Rantai Nilai, Prinsip Syariah, GCG

PENDAHULUAN

Latar belakang

Globalisasi yang melanda setiap negara di dunia telah mengubah iklim usaha dan persaingan yang semakin ketat. Persaingan global yang ketat telah menyebabkan keuntungan yang lebih rendah bagi perusahaan yang memasuki persaingan global. Dikatakan, persaingan global ini telah menaikkan standar kinerja pada beberapa dimensi, antara lain kualitas, biaya, waktu ke pasar, dan kelancaran operasi. Tantangan yang ditimbulkan oleh peningkatan standar secara tidak langsung memaksa perusahaan untuk bersaing secara strategis di pasar dalam negeri dengan meningkatkan keterampilan mereka lebih baik daripada pesaing lainnya.

Di tingkat perusahaan, keunggulan bersaing dicapai dengan dua cara: pertama, sumber daya internal dibagi (selain kegiatan atau keterampilan antar unit), yang dapat mengarah pada kegiatan koordinasi dan sinergi, kedua, berbagai sumber daya eksternal (kombinasi kegiatan atau keterampilan pihak ketiga dibagikan), yang dapat menghasilkan rantai nilai dan bentuk organisasi baru (aliansi atau jaringan). Hubungan timbal balik yang dihasilkan dari hubungan strategis antar perusahaan digambarkan sebagai hubungan antar entitas dan hubungan jaringan, kemudian digambarkan sebagai hubungan timbal balik yang dapat menciptakan sinergi dan keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang diverifikasi dalam persaingan dengan industri yang berbeda atau perusahaan multinasional (Papazoglou, 2017).

Bisnis harus dapat membuat keputusan terbaik tentang apa yang dibutuhkan konsumen dan bagaimana memenuhi kebutuhan atau persyaratan mereka dengan harga serendah mungkin. Dalam hal ini, perusahaan memerlukan strategi untuk mengidentifikasi keunggulan bersaing dan mencari cara untuk mencapai keunggulan tersebut (Ellitan, 2018). Strategi adalah tindakan atau pola yang diambil untuk mencapai tujuan dan yang mencakup tidak hanya strategi yang direncanakan tetapi juga konsistensi perusahaan dalam pengambilan keputusan (Mintzberg, 2016). Implementasi strategi perusahaan berfokus pada pengembangan 3 kompetensi perusahaan, yaitu pengetahuan dan keterampilan yang

terutama tercermin dalam kompetensi teknologi dan produktif (Octavia, 2017).

Persaingan semakin ketat dengan arus informasi yang cepat dan perkembangan teknologi yang pesat. Untuk bertahan dalam persaingan, suatu perusahaan memerlukan strategi bersaing yang tepat. Suatu perusahaan dapat memenangkan persaingan jika memiliki keunggulan bersaing sehingga masyarakat menganggapnya lebih unggul dari para pesaingnya (Mildawati, 2016). Kondisi ini mendorong setiap perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya, juga dengan menciptakan produk yang memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan, yang semakin sadar akan pentingnya kualitas pengetahuan mereka tentang produk yang mereka beli.

Kemudian dijelaskan dalam analisis produksi bahwa menurut Al-Qur'an Rawwas Qalahji memberikan padanan kata "produksi" dalam bahasa Arab dengan kata alintaj, yang secara harfiah diartikan sebagai ijadu sil'atin (mengetahui atau melakukan sesuatu) atau khidmatu mu'ayyanatin bi istikhdamu muzayyajinmin `anashir alintaj dhaminaitharu masain muhaddadin (kementerian yang jelas meminta bantuan untuk menggabungkan unsur-unsur produksi berbingkai dalam waktu yang terbatas). Hal yang sama diungkapkan oleh Abdurahman (2017) dalam bukunya Muqaddiman fi`ilm aliaqtishad alislamiy. Abdurahman melanjutkan bahwa nilai guna yang diperoleh dari produksi merupakan ukuran terpenting untuk melakukan proses produksi. Dari segi produksi harus berkaitan dengan nilai guna dan tetap dalam kerangka "Halal" serta tidak membahayakan orang atau sekelompok orang.

Hal ini juga menunjukkan bahwa salah satu alat analisis yang dapat digunakan untuk memberikan informasi dalam pengambilan keputusan strategis dalam menghadapi persaingan bisnis adalah analisis rantai nilai (Friska, 2018). Analisis rantai nilai bertujuan untuk mengidentifikasi keunggulan atau kelemahan biaya yang terjadi di seluruh rantai nilai, mulai dari bahan mentah hingga aktivitas layanan pelanggan. Analisis rantai nilai membantu manajer memahami posisi perusahaan menggunakan pendekatan rantai nilai. Menurut Pearce dan Robinson (2016), istilah rantai nilai menggambarkan cara melihat

perusahaan sebagai rantai kegiatan yang mengubah input menjadi produk yang bernilai bagi pelanggan. Nilai pelanggan berasal dari tiga sumber dasar: aktivitas yang membedakan produk, aktivitas yang mengurangi biaya produk, dan aktivitas yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan segera. Analisis rantai nilai berusaha memahami bagaimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dengan memeriksa kontribusi berbagai aktivitas dalam perusahaan terhadap nilai tersebut.

Rantai nilai menjadi landasan dalam memahami model bisnis suatu perusahaan, yaitu bagaimana perusahaan menghasilkan pendapatan dalam lingkungan bisnis tertentu (Wheelen dan Hunger, 2017). Rantai nilai relevan bagi seluruh perusahaan, besar, kecil, menghasilkan barang atau jasa. Sebagai contoh alur dari proses rantai nilai dibawah ini disalah satu perusahaan berbasis perbankan syariah yang disajikan dalam gambar berikut.

Gambar 1.1 Rantai Nilai

Rantai nilai perusahaan terdiri dari dua kategori aktivitas, yaitu aktivitas utama (primary activities) dan aktivitas pendukung (support activities). Aktivitas primer adalah aktivitas yang terlibat dalam penyiapan, produksi, distribusi, pemasaran, dan layanan purna jual, yang terdiri dari inbound logistics, operations, outbound logistics, marketing and sales, dan service. Setiap aktivitas utama tersebut terhubung dengan aktivitas pendukung untuk mendukung aktivitas utama serta meningkatkan efektivitas atau efisiensinya. Aktivitas pendukung antara lain procurement, technology development, human resource management, dan firm infrastructure (Porter, 2017).

Pesatnya perkembangan rantai nilai perusahaan dalam hal prinsip-prinsip yang digunakan sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah, menurut Antonio (2016) untuk perusahaan-perusahaan dengan prinsip-prinsip Syariah dalam menjalankan operasinya mereka tidak dimaksudkan untuk tujuan bisnis hanya dalam bentuk keuntungan materi, tetapi mereka juga berjuang untuk kebahagiaan dunia. Dimana tujuan yang baik harus dicapai dengan cara yang baik sesuai dengan prinsip syariah, prinsip syariah merupakan bangunan yang

ditopang oleh pilar-pilar yang kokoh sehingga prinsip ini baik dalam kegiatan perusahaan, sehingga aset perusahaan yang berkualitas tinggi. Nilai disini adalah nilai yang digali dari Al-Quran dan As-Sunnah. Nilai-nilai yang terdapat dalam Al-Quran dan As-Sunnah tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Nilai-nilai ini membentuk satu kesatuan yang selalu menjadi dasar dari semua kegiatan ekonomi. Perekonomian akan bergerak ke Falaah ketika mampu mengembalikan hukum buatan manusia itu ke hukum universal, yaitu hukum Tuhan (Danang, 2016).

Perusahaan yang dijalankan dengan tata kelola yang baik cenderung tetap berkelanjutan atau berkinerja lebih baik. Menjaga kelangsungan usaha sangat penting karena dapat menjanjikan kelangsungan usaha dengan memberikan manfaat bagi semua pihak, termasuk lingkungan. Perusahaan yang didorong oleh spiritualitas dan etika menciptakan iklim usaha yang sehat dan berkelanjutan dengan menerapkan disiplin pasar yang bersumber dari budaya tata kelola perusahaan yang baik. Sebagai bagian dari mewujudkan budaya tata kelola di dunia usaha, Rasulullah SAW sangat menekankan kedisiplinan dalam pelaksanaan kegiatan usaha, baik melalui pedoman maupun inspeksi pasar dengan harapan dapat melanjutkan kegiatan iklan yang berlandaskan moralitas. Menguntungkan dan mampu menghasilkan keuntungan dan terhindar dari kerugian.

Pemahaman tentang prinsip-prinsip tata kelola perusahaan telah menjadi tolak ukur di negara-negara di dunia, termasuk Indonesia. Prinsip-prinsip tersebut diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkelanjutan dengan memperhatikan pemangku kepentingan. Prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik yang diterbitkan oleh Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) terdiri dari enam (6) hal. Pertama, landasan hukum yang diperlukan untuk memastikan penerapan tata kelola perusahaan yang baik secara efektif. Kedua, hak pemegang saham dan fungsi utama kepemilikan perusahaan. Ketiga perlakuan tersebut adil bagi pemegang saham. Keempat, peran pemangku kepentingan dalam tata kelola perusahaan. Kelima, keterbukaan informasi perusahaan secara transparan. Dan direksi

bertanggung jawab untuk yang keenam (Ristifani, 2017).

Tanpa tata kelola perusahaan yang efektif, perusahaan akan berjuang untuk memperkuat posisi mereka, memperluas jaringan mereka, dan menunjukkan kemampuan mereka secara lebih efektif. Sedangkan menurut (Ghafur, 2018) sektor korporasi syariah yang merupakan bagian dari penopang sektor riil wajib menerapkan Good Corporate Governance (GCG). Kebutuhan tata kelola perusahaan di perusahaan tumbuh sebagai masalah menjadi lebih kompleks, dan masalah ini melemahkan kemampuan perusahaan untuk mengatasi tantangan jangka panjang. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengambil semua tindakan yang dapat membantu memperkuat peran mereka (Chapra, 2018).

Dalam kegiatannya, Bank Muamalat mencatat tarif berdasarkan fungsi perusahaan yang terdiri dari fungsi penghimpun modal, produk pengembangan data, distribusi produk, pemasaran serta fungsi penjualan/pemasaran. Fungsi-fungsi ini menghasilkan aktivitas berharga yang memiliki biaya yang tidak dapat diidentifikasi dengan jelas. Ini meningkatkan harga pokok penjualan. Untuk bertahan hidup dalam menghadapi persaingan yang ketat, harga pokok penjualan harus lebih rendah daripada biaya persaingan. Oleh karena itu, sistem alokasi biaya harus diterapkan dengan baik.

Aktivitas dalam rantai nilai memiliki pengaruh terbesar terhadap biaya yang dikeluarkan. Setiap aktivitas dalam rantai nilai memiliki pembangkit biaya yang dapat menghasilkan biaya, sehingga semua biaya yang mengandung nilai tambah harus diketahui, sehingga biaya yang tidak menambah nilai dapat diidentifikasi dan dikurangi secara maksimal. Oleh karena itu, langkah-langkah dapat diambil untuk menggambarkan semua kegiatan perusahaan dan mengidentifikasi keterkaitan antara kegiatan tersebut sehingga semua kegiatan dapat dilaksanakan dan dikoordinasikan dengan lebih baik. Setelah faktor penghambat telah diidentifikasi, harus diverifikasi apakah faktor penghambat atau kendala produksi dapat diatasi untuk mengurangi biaya produksi dan oleh karena

itu memaksimalkan tata kelola perusahaan yang baik.

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis Rantai Nilai

Menurut Porter dalam (Liana, 2016) konsep rantai nilai menyediakan suatu kerangka yang sesuai untuk menjelaskan bagaimana suatu kesatuan organisasi dapat mengelola pertimbangan yang substansial dalam mengalokasikan sumber dayanya, menciptakan pembedaan dan secara efektif mengatur biaya-biaya. Porter selanjutnya mengajukan suatu model rantai nilai sebagai alat untuk mengidentifikasi cara-cara menghasilkan nilai tambah bagi konsumen, yang mana ada model ini ditampilkan keseluruhan nilai yang terdiri dari aktifitas-aktifitas nilai dan keuntungan (margin), aktifitas nilai dibagi menjadi lima aktifitas utama (primary activities) dan empat aktifitas pendukung (support activities). Kegiatan utama dibagi menjadi lima, yaitu logistik masuk (inbound logistics), manajemen operasi (operations), logistik keluar (outbound logistics), pemasaran dan penjualan (marketing and sales), serta pelayanan (service). Kegiatan pendukung dibagi empat, yaitu infrastruktur perusahaan (firm infrastructure), manajemen SDM (human resource management), teknologi (technology), serta pengadaan (procurement).

Para pendukung analisis rantai nilai berpendapat bahwa analisis ini memungkinkan manajer untuk dapat mengidentifikasikan secara lebih baik keunggulan kompetitif perusahaan dengan melihat perusahaan sebagai suatu proses rantai aktivitas yang betul-betul terjadi dalam bisnis dan bukan hanya memandangnya berdasarkan garis yang membagi organisasi atau protokol akuntansi historis.

Tahapan Analisis Rantai Nilai

Penentuan di bagian mana perusahaan berada dari seluruh value chain merupakan analisis strategik, berdasarkan pertimbangan terhadap keunggulan bersaing yang ada pada setiap perusahaan untuk mencapai tata kelola perusahaan yang baik, yaitu dimana perusahaan dapat memberikan nilai terbaik untuk pelanggan utama dengan biaya serendah mungkin.

Untuk mengidentifikasi dan memahami rantai nilai perusahaan, ikuti langkah berikut ini:

1. Langkah Pertama

Untuk setiap aktivitas utama, tentukan sub-aktivitas yang menciptakan nilai. Ada tiga jenis sub-aktivitas dalam kegiatan pemasaran dan penjualan buku sebagai contoh:

a) Aktivitas langsung: sub-aktivitas langsung termasuk melakukan panggilan penjualan ke toko buku, memasang iklan, dan melakukan penjualan online.

b) Aktivitas tidak langsung: aktivitas ini mendukung kegiatan langsung agar berjalan dengan lancar. Untuk kegiatan pemasaran dan penjualan buku, sub-aktivitas tidak langsung termasuk mengelola tenaga penjualan dan menyimpan catatan pelanggan.

c) Kegiatan penjaminan kualitas aktivitas langsung dan tidak langsung: kegiatan ini contohnya meliputi mengoreksi dan mengedit iklan pemasaran buku.

2. Langkah Kedua

Untuk setiap aktivitas pendukung, tentukan sub-aktivitas yang menciptakan nilai dalam setiap aktivitas utama. Misalnya, pertimbangkan bagaimana Human Resource Management menambah nilai bagi Inbound Logistics, Operations, Outbound Logistics, dan sebagainya. Sama halnya dengan langkah pertama, carilah sub-aktivitas langsung, tidak langsung, dan penjaminan kualitas.

3. Langkah Ketiga

Temukan hubungan antara semua aktivitas nilai yang diidentifikasi. Hubungan ini merupakan kunci meningkatkan keunggulan kompetitif dari kerangka rantai nilai. Misalnya, hubungan antara pengembangan karyawan (investasi SDM) dengan volume penjualan. Hubungan lainnya yaitu antara waktu penyelesaian pesanan dalam layanan panggilan telepon dari pelanggan yang frustrasi menunggu pengiriman.

Tahapan Analisis Biaya Berdasarkan Analisis Rantai Nilai

Rantai nilai merupakan sarana utama bagi analisis biaya karena setiap aktivitas nilai mempunyai struktur biaya sendiri dan perilaku biayanya dapat dipengaruhi oleh

hubungan dan antar hubungan dengan aktivitas lain didalam maupun diluar perusahaan. Cost advantage terjadi jika biaya kumulatif yang dikeluarkan perusahaan dalam melakukan aktivitas nilai lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya dan cost advantage ini akan dapat bertahan jika sumber cost advantage perusahaan tersebut sukar ditiru oleh pesaing.

Analisis biaya ini penting untuk mengukur sejauh mana efisiensi perusahaan dalam melakukan aktivitas-aktivitas tersebut dengan menganalisis pada aktivitas nilai mana yang merupakan non value added activities, sehingga perlu dihilangkan karena hal tersebut hanya membebani biaya tapi tidak menambah nilai pada perusahaan yang bersangkutan; dan pada aktivitas mana yang justru perlu diperkuat sehingga suatu biaya akan dapat diketahui peranannya, khususnya dalam rangka mencapai cost leadership.

Dengan demikian dapat diperoleh suatu gambaran distribusi biaya yang dapat mendukung keunggulan kompetitif dan strategi perusahaan. Salah satu alat analisis yang dapat dipergunakan untuk memberikan informasi guna membuat keputusan strategis dalam menghadapi persaingan bisnis menurut (David, 2016), strategi yang memungkinkan organisasi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif adalah satu diantara Strategi Generik berikut: Cost Leadership Strategy, Suplier Linkages dan Customers Linkages dan Focus Strategy Cost.

a. Cost Leadership Strategy (Strategi Kepemimpinan Harga)

Berarti memproduksi barang standar pada biaya yang sensitif terhadap harga. Penekanannya adalah pada harga jual yang lebih rendah dibandingkan dengan competitor untuk menarik konsumen atau memberikan nilai yang sama atau lebih baik kepada pelanggan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaing. Beberapa pendekatan yang dilakukan adalah: ekonomis dalam skala produksi; pengalaman; pengendalian biaya; meminimumkan biaya-biaya tertentu, seperti biaya penelitian dan pengembangan, tenaga penjualan, advertensi dan lain-lain.

b. Focus Strategy (Strategi Fokus)

Strategi Fokus berarti memproduksi barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan

sekelompok kecil pelanggan. Strategi ini paling efektif ketika konsumen memiliki preferensi atau persyaratan yang unik dan ketika perusahaan pesaing tidak berusaha untuk berspesialisasi dalam target segmen pasar yang sama. Penekanannya adalah berkonsentrasi pada kelompok pelanggan, pasar geografis, atau segmen lini produk tertentu untuk melayani pasar yang sudah ditentukan tetapi sempit, lebih baik dari pesaing yang melayani pasar yang lebih luas.

c. Suplier Linkages dan Customers Linkages

Hubungan antara perusahaan dengan pemasoknya akan memberikan manfaat bagi perusahaan dalam hal peningkatan kualitas bahan baku, waktu pengantaran bahan baku lebih cepat atau lebih menungkingkan mengaplikasikan teknik just in time dan dapat menghemat biaya. Menjaga hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan pemasok merupakan hal yang penting bagi perusahaan karena dapat memberikan peluang untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan, baik dalam pengurangan biaya maupun dalam peningkatan kualitas. Hubungan perusahaan dengan konsumen akan memberikan manfaat bagi perusahaan dalam loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan. Untuk memanfaatkan peluang tersebut, maka hubungan tersebut harus dipelihara dengan baik dan saling memanfaatkan (saling menguntungkan) satu sama lain.

Pemanfaatan hubungan dengan konsumen merupakan ide kunci dalam life cycle costing, yang menyatakan bahwa seluruh biaya pengadaan produk harus ikut diperhitungkan sebagai biaya produk. Life cycle costing secara eksplisit menyatakan bahwa ada hubungan antara biaya yang telah dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah produk dengan total biaya yang dikeluarkan selama umur produk. Life cycle costing juga memandang bahwa dalam konsep value chain hubungan konsumen mempunyai peranan penting dalam meningkatkan laba.

Tahapan Aktivitas-Aktivitas Dalam Analisis Rantai Nilai

Menurut Porter dalam (Liana, 2016) value chain memilah-milah perusahaan ke dalam lima aktivitas yang secara strategi relevan guna memahami

perilaku biaya. lima aktivitas itu secara umum dibedakan:

1. Logistik ke dalam. Aktivitas yang dihubungkan dengan penerimaan, penyimpanan dan penyebaran masukan ke produk, seperti penanganan bahan pergudangan, pengendalian persediaan, pejadwalan kendaraan dan pengembalian barang kepada pemasok.

2. Operasi. Aktivitas yang berhubungan dengan perubahan masukkan menjadi bentuk produk akhir. seperti permesinan, pengemasan, perakitan, pemeliharaan peralatan, pengujian, pencetakan dan pengoperasian fasilitas.

3. Logistik ke luar. Aktivitas yang berhubungan dengan pengumpulan, penyimpanan dan pendistribusian fisik produk kepada pembeli, seperti penggudangan barang jadi, penanganan bahan, operasi kendaraan pengirim, pemrosesan pesanan dan penjadualan.

4. Pemasaran dan penjualan. Aktivitas yang berhubungan dengan pemberian sarana yang dapat digunakan oleh pembeli untuk membeli produk dan mempengaruhi mereka untuk membeli, seperti iklan, promosi, tenaga penjual, penetapan kuota, seleksi penyalur, hubungan penyalur dan penetapan harga.

5. Pelayanan. Aktivitas yang berhubungan dengan penyediaan pelayanan untuk meningkatkan atau mempertahankan nilai produk, seperti pemasangan, reparasi. pelatihan, pasokan suku cadang dan penyesuaian produk.

Prinsip Syariah

Islam merupakan ajaran Ilahi yang bersifat integral (menyentu) dan komprehensif atau mencakup segala aspek kehidupan (Suhadi, 2015). Oleh sebab itu, Islam harus dilihat dan di terjamahkan alam kehidupan sehari-hari secara komprehensif pula. Semua pekerjaan atau aktivitas dalam Islam, termasuk ekonomi harus tetap dalam bingkai akidah dan syariah (hukum-hukum agama). Adapun prinsip syariah yang dimaksud sebagai berikut:

2.2.1 Prinsip Bebas Riba

Dapat dipahami bahwa bebas riba adalah tidak satupun kelebihan yang terjadi dalam tukar-menukar barang yang sejenis atau jual beli barter tanpa disertai dengan imbalan, dan kelebihan tersebut disyaratkan dalam perjanjian. Dengan demikian, apabila

kelebihan tersebut tidak syaratkan dalam perjanjian maka tidak termasuk riba. Riba hukumnya haram, berdasarkan Al-Quran, sunnah, dan ijma. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah/2:275 dan Q.S. Ar-Rum/30:39.

لِرَبِّوَأَآ وَحَرَمَ لَبِيْعَآ لِّلَّآ وَآحَلَآ

Artinya: “Padahal Allah swt menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (Q.S Al-Baqarah: 275)

لِّلَّآ عِنْدَ رَبِّوَأَآ فَلَا لِبَآسَآ أَمْوَالٌ فِيْآ لَيَّرَبُّوَأَآ رُبَا مِّنْ ءَاتِيْتُمْ وَمَا لَمْضَعْفُونَ أ هُمْ فَأَوْلِيْكُ لِّلَّآ وَجَهَآ تُرِيدُونَ رُكُوْةَ مِّنْ ءَاتِيْتُمْ وَمَا

Artinya: “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, Maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya) (Q.S. Ar-Rum/30:39”

Pada ayat pertama Allah dengan tegas melarang perbuatan riba, dan sedangkan ayat kedua juga membandingkan antara riba dengan zakat. Riba meskipun kelihatannya bertambah, namun disisi Allah tidak bertambah. Sedangkan zakat meskipun kelihatannya mengurangi harta, namun di sisi Allah justru bertambah (Muslich, 2018). Ini berarti anjuran untuk mengeluarkan zakat dan secara tidak langsung melarang riba.

2.2.2 Prinsip Gharar

Arti kata gharar adalah resiko, tipuan dan menjatuhkan diri atau harta kejurang kebinasaan. Secara istilahiyah, diungkapkan oleh (Taimiyah, 2002) yang mengatakan bahwa gharar adalah sesuatu yang majhul (tidak diketahui) akibatnya. Sedangkan menurut (Sabiq, 1994) gharar adalah penipuan yang mana dengannya diperkirakan mengakibatkan tidak ada kerelaan jika diteliti. Oleh karena itu untuk melakukan suatu bisnis baik berbasis syariah maupun tidak haruslah mengadung nilai kejujuran dan tidak unsur penipuan (penipuan).

Dalam proses transaksi antara 2 (dua) belah pihak tidaklah dianjurkan untuk saling menipu tetapi bertransaksilah secara keterbukaan karena tidak boleh saling merugikan antara pihak pertama dengan pihak yang kedua, sudah jelas bahwa hukum

terhadap sesuatu didasarkan pada hasil dari persepsi tentang sesuatu tersebut. Sedetail apa pengetahuan kita terhadap berbagai hal yang berkaitan dengan gharar, akan menentukan kedetailan kita dalam mendudukan masalah berbagai transaksi yang dianggap sebagai transaksi gharar (Hosen, 2019).

2.2.3 Prinsip Maisir (Judi Atau Untung-Untungan)

Kata Maisir dalam bahasa Arab arti secara harfiah adalah memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa bekerja. Yang biasa juga disebut berjudi. Istilah lain yang digunakan dalam Al Quran adalah kata ‘azlami’ yang berarti praktek perjudian. Secara bahasa Maisir bisa dimaknakan dalam beberapa kalimat: Gampang/mudah, orang yang kaya dan wajib. Secara istilah, Maisir adalah setiap Mu’amalah yang orang masuk kedalamnya dan dia mungkin rugi dan mungkin beruntung. Kalimat “mungkin rugi dan mungkin untung”, juga ada dalam Mu’amalat jual beli, sebab orang yang berdagang mungkin untung mungkin rugi.

Definisi Maisir dalam istilah ulama, walaupun sebagian orang mengartikan Maisir ini ke dalam bahasa Indonesia dengan pengertian sempit, yaitu judi. Judi dalam terminologi agama diartikan sebagai “suatu transaksi yang dilakukan oleh dua pihak untuk kepemilikan suatu benda atau jasa yang menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lain dengan cara mengaitkan transaksi tersebut dengan suatu tindakan atau kejadian tertentu.

Judi pada umumnya (maisir) dan penjualan undian khususnya (azlam) dan segala bentuk taruhan, undian atau lotre yang berdasarkan pada bentuk-bentuk perjudian adalah haram di dalam Islam. Rasulullah SAW melarang segala bentuk bisnis yang mendatangkan uang yang diperoleh dari untung-untungan, spekulasi dan ramalan atau terkaan (misalnya judi) dan bukan diperoleh dari bekerja.

2.2.4 Prinsip Amanah

Amanah merupakan lawan kata dari khianat. Amanah berasal dari kata bahasa Arab, Amuna, yamunu, amanah, artinya dipercaya, jujur, lurus, setia. Dari akar kata yang sama terbetuk kata amina, ya’manu, amnan, artinya aman, sentosa. Kata iman juga berasal dari akar kata yang sama dengan

amanah, yaitu Amanah, Iman, dan Iman (Yunus, 2013). Dalam tataran kehidupan praktis, tiga kata ini (amanah, iman, dan aman) memiliki hubungan yang erat. Salah satu pembuktian iman adalah amanah, sifat amanah akan mengantarkan pada keamanan, dan keamanan akan semakin mantap jika berangkat dari sifat amanah yang didasari keimanan.

Dalam dunia bisnis, amanah memegang peranan penting dalam pengembangan berbagai bidang usaha. Kemaslahatan dalam bentuk keseimbangan (untung rugi, plus minus, harapan dan resiko, kewajiban dan hak, dan lain sebagainya) dalam hidup bermasyarakat akan terealisasi jika muamalah (interaksi dan transaksi) antar sesama dilakukan dengan penuh amanah dan saling percaya.

2.2.5 Prinsip Mashlahat

Secara sederhana, mashlahat bisa diartikan dengan mengambil manfaat dan menolak kemadaramatan atau sesuatu yang mendatangkan kebaikan, keselamatan, faedah atau guna. Apabila kemaslahatan dikatakan sebagai prinsip hukum, maka hukum harus memberikan kemaslahatan (kebaikan) bagi sipemakai hukum. Dalam konteks hukum Islam dan pembinaannya, teori mashlahat menduduki peranan penting, bahkan menurut para pakar hukum Islam, semisal Asy-Syathibi, mashlahat (kebaikan dan kesejahteraan manusia) dipandang sebagai tujuan akhir dari penyariatian hukum-hukum Islam.

Dalam konsep Islam, kriteria manusia terbaik adalah manusia yang dapat memberikan manfaat bagi orang lain (Khair an-nas anfa'uhum li an-nas). Hal ini sekaligus sebagai bukti bahwa Islam hadir sebagai rahmat bagi alam semesta. Jika dihubungkan dengan aktivitas ekonomi, menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat tidak semata-mata mencari keuntungan, tetapi ada tuntutan idealisme melayani dan membantu orang lain mendapatkan kebutuhannya. Selain itu, menjalankan bisnis tidak hanya berlindung di bawah legal formal suatu tindakan, tetapi juga memperhitungkan efek negatifnya.

2.2.6 Prinsip Kejujuran

Kejujuran merupakan sifat terpuji yang harus melekat dalam kepribadian seorang muslim. Fenomena kehidupan saat ini secara nasional memperlihatkan kejujuran seakan

dijauhi oleh setiap perusahaan (Mursal, 2015). Sementara, ketidakjujuran (kebohongan) menjadikan bagian keseharian masyarakat. Hal ini berlaku dalam dunia ekonomi bahkan perusahaan masih kurang mengimplementasikan prinsip kejujuran untuk menjalankan bisnisnya baik tentang aktivitas-aktivitas yang bernilai syariah atau analisis rantai berdasarkan prinsip syariah. Allah SWT berfirman dalam Q.S At-Taubah/9:119.

لصّٰدِقِيْنَ اَمَعَ وَكُوْنُوْا لِلّٰهِ تَقْوٰى ؕ اٰمَنُوْا الَّذِيْنَ اٰتٰىهَا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar Q.S At-Taubah/9:119”

Dari firman Allah SWT diatas memerintahkan bertakwa dan bersikap jujur secara berbarengan menunjukkan bahwa salah satu ciri orang yang bertakwa adalah bersifat jujur. Maka tidak bisa dikatakan orang bertakwa jika didalam interaksinya maupun bertransaksi suka berbohong atau tidak jujur, menipu atau curang.

2.3 Strategi Pemasaran

Strategi merupakan sebagai rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi, yang yang menghubungkan keunggulan strategi dengan tantangan lingkungan dan yang rancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan (Sumarwan, 2019). Jadi strategi adalah satu kesatuan rencana perusahaan yang terpadu dan diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan pemasaran menurut Mardia dkk (2021) adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi.

2.3.1 Defenisi Strategi

Strategi dapat didefinisikan paling sedikit dari dua perspektif yang berbeda: dari perspektif mengenai apa yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi, dan juga dari perspektif mengenai apa yang pada akhirnya dilakukan oleh sebuah organisasi, apakah tindakannya sejak semula memang sudah demikian direncanakan atau tidak. Dari perspektif yang pertama, strategi adalah "program yang luas untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan organisasi dan melaksanakan misinya. Pembahasan mengenai strategi dalam hal ini akan menyangkut definisi di atas, namun akan

menekankan pada peran aktif. Perumusan sebuah strategi secara aktif dikenal sebagai perencanaan strategis (strategic planning), yang fokusnya luas dan umumnya berjangka panjang.

Pendapat lain menyatakan bahwa strategi merupakan istilah yang sering diidentikkan dengan "taktik" yang secara bahasa dapat diartikan sebagai "concerning the movement of organisms in response to external stimulus" (suatu yang terkait dengan gerakan organisme dalam menjawab stimulus dari luar) (Tjiptono, 2020). Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga bisa dipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal (Arifin, 2019).

2.3.2 Defenisi Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan utama dari sebuah perusahaan dalam memperkenalkan dan mengkomunikasikan produk dan jasanya kepada konsumen guna mencapai tujuan. Menurut Arifin (2019) mendefinisikan pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Sedangkan Tjiptono (2020) mengemukakan pemasaran adalah suatu sistem kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa kepada pembeli.

Pemikiran para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial yang melibatkan kepentingan kepentingan baik individu atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran barang atau jasa kepada pelanggan dari produsen.

2.3.3 Defenisi Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dapat dipahami sebagai logika pemasaran dengan unit usaha berharap dapat mencapai sasaran pemasarannya (Tjiptono, 2020). Sehingga dapat dipahami strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang

akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan (Sumarwan, 2019).

Menurut Mardia dkk (2021) strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik eksplisit maupun implisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya. Selanjutnya strategi pemasaran adalah alat yang fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan organisasi atau lembaga dengan mengembangkan keunggulan yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program-program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

2.4 Prinsip-Prinsip Tata Kelola Perusahaan Yang Baik

Sebagaimana dijelaskan dalam Peraturan Bank Indonesia No. 11/33/PBI/2009 bahwa prinsip-prinsip dalam GCG bahwa harus menerapkan prinsip keterbukaan (transparency), akuntabilitas (accountability), profesional (professional), kewajaran (fairness), dan pertanggungjawaban (responsibility). Selain itu Prinsip dasar pelaksanaan GCG ini juga dijelaskan dalam pedoman Good Governance Bisnis Syariah (GGBS). Prinsip ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

2.4.1 Keterbukaan

Transparansi diperlukan agar pelaku bisnis syariah menjalankan bisnis secara objektif dan sehat. Pelaku bisnis syariah harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan yang sesuai dengan ketentuan syariah, prinsip keterbukaan yang dianut oleh pelaku bisnis syariah tidak mengurangi kewajiban untuk memenuhi ketentuan kerahasiaan organisasi sesuai dengan peraturan perundangan, rahasia jabatan, dan hak-hak pribadi.

Dalam kegiatan ekonomi ajaran islam harus ada sifat keterbukaan untuk melakukan suatu kegiatan baik kehidupan sehari-hari, bersosialisasi dengan masyarakat begitu pula antara perusahaan dengan konsumen tidak diperbolehkan untuk saling merugikan antara satu dengan yang lainnya, harus bersifat keterbukaan agar saling memberikan manfaat bagi perusahaan dan konsumen. Dan bagi perusahaan untuk mencapai tata

kelola perusahaan yang baik haruslah sesuai prinsip-prinsip islam dalam melakukan aktivitas-aktivitasnya atau analisis rantai nilai yang berdasarkan prinsip syariah dalam dunia usaha.

2.4.2 Akuntabilitas

Akuntabilitas (accountability) mengandung unsur kejelasan fungsi dalam organisasi dan cara mempertanggungjawabkannya. Pelaku bisnis syariah harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu bisnis syariah harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan pelaku bisnis syariah dengan tetap memperhitungkan pemangku kepentingan dan masyarakat pada umumnya.

2.4.3 Responsibilitas

Dalam hubungan dengan asas responsibilitas (responsibility), pelaku bisnis syariah harus mematuhi peraturan perundangan dan ketentuan bisnis syariah, serta melaksanakan tanggungjawab terhadap masyarakat dan lingkungan. Tanggungjawab atas perbuatan manusia dilakukan baik di dunia maupun di akhirat, yang semuanya direkam dalam catatan yang akan dicermatinya nanti.

Dengan pertanggungjawaban ini maka entitas bisnis syariah dapat terpelihara kesinambungannya dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai pelaku bisnis yang baik (good corporate citizen).

Oleh karena itu, maka:

1. Pelaku bisnis syariah harus berpegang pada prinsip kehati-hatian dan memastikan kepatuhan terhadap ketentuan bisnis syariah dan perundangan, anggaran dasar serta peraturan internal pelaku bisnis syariah (by-laws).

2. Pelaku bisnis syariah harus melaksanakan isi perjanjian yang dibuat termasuk tetapi tidak terbatas pada pemenuhan hak dan kewajiban yang yang disepakati oleh para pihak.

3. Pelaku bisnis syariah harus melaksanakan tanggung jawab sosial antara lain dengan peduli terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan terutama di sekitar tempat berbisnis, dengan membuat perencanaan dan pelaksanaan yang memadai.

2.4.4 Independensi

Dalam hubungan dengan asas independensi (independency), bisnis syariah harus dikelola secara independen sehingga

masing-masing pihak tidak boleh saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak manapun. Independensi terkait dengan konsistensi atau sikap istiqomah yaitu tetap berpegang teguh pada kebenaran meskipun harus menghadapi risiko.

Independen merupakan karakter manusia yang bijak (ulul al-bab) yang dalam Al-Quran disebutkan sebanyak 16 kali, yang diantara karakternya adalah “Mereka yang mampu menyerap informasi (mendengar perkataan) dan mengambil keputusan (mengikuti) yang terbaik (sesuai dengan nuraninya tanpa tekanan pihak manapun).”

1. Pelaku bisnis syariah harus bersikap independen dan harus menghindari terjadinya dominasi oleh pihak manapun, tidak terpengaruh oleh kepentingan tertentu, bebas dari benturan kepentingan (conflict of interest) dan dari segala pengaruh atau tekanan, sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara obyektif.

2. Masing-masing organ Perusahaan harus melaksanakan fungsi dan tugasnya sesuai dengan peraturan perundangan dan ketentuan syariah, tidak saling mendominasi dan atau melempar tanggung jawab antara satu dengan yang lain.

3. Seluruh jajaran bisnis syariah harus melaksanakan fungsi dan tugasnya sesuai dengan uraian tugas dan tanggung jawabnya.

2.4.5 Kewajaran Dan Kesetaraan

Kewajaran dan kesetaraan (fairness) mengandung unsur kesamaan perlakuan dan kesempatan. Fairness atau kewajaran merupakan salah satu manifestasi adil dalam dunia bisnis. Setiap keputusan bisnis, baik dalam skala individu maupun lembaga, hendaklah dilakukan sesuai kewajaran dan kesetaraan sesuai dengan apa yang biasa berlaku, dan tidak diputuskan berdasar suka atau tidak suka. Pada dasarnya, semua keputusan bisnis akan mendapatkan hasil yang seimbang dengan apa yang dilakukan oleh setiap entitas bisnis, baik di dunia maupun di akhirat.

Dalam melaksanakan kegiatannya. Pelaku bisnis syariah harus senantiasa memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan, berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan. Oleh karena itu, maka:

1. Pelaku bisnis syariah harus memberikan kesempatan pada pemangku kepentingan untuk memberikan masukan

dan menyampaikan pendapat bagi kepentingan organisasi serta membuka akses terhadap informasi sesuai dengan prinsip transparansi dalam lingkup kedudukan masing-masing.

2. Pelaku bisnis syariah harus memberikan perlakuan yang setara dan wajar kepada pemangku kepentingan sesuai dengan manfaat dan kontribusi yang diberikan.

3. Pelaku bisnis syariah harus memberikan kesempatan yang sama dalam penerimaan pegawai, berkarir, dan melaksanakan tugasnya secara profesional tanpa membedakan suku, agama, ras, golongan, jenis kelamin (gender) dan kondisi fisik.

4. Pelaku bisnis syariah harus bersikap tawazun yaitu adil dalam pelayanan kepada para nasabah atau pelanggan dengan tidak mengurangi hak mereka, serta memenuhi semua kesepakatan dengan para pihak terkait dengan harga, kualitas, spesifikasi atau ketentuan lain yang terkait dengan produk yang dihasilkannya, dengan adanya penerapan prinsip ini secara baik maka hal ini akan menjadi nilai tambah bagi perusahaan syariah dalam mengembangkan usahanya di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan kerangka teori dan kerangka penelitian sebelumnya, maka jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filosofi post-positivisme yang digunakan untuk mengkaji kondisi objek alam (bukan eksperimen), di mana peneliti sebagai alat utama, dan teknik pengumpulannya adalah triangulasi (kombinasi) dan penelitian kualitatif pada hasil. Penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi (Setiawan, 2018). Penelitian kualitatif didefinisikan jenis penelitian yang hasil temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya (Strauss dan Corbin, 2017).

Menurut Sani dkk, (2017) tujuan penelitian kualitatif yang menyebut metode kualitatif bertujuan mengungkap fenomena yang ada serta memahami makna di balik fenomena tersebut. Secara umum dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan sebuah fenomena tertentu, fenomena yang menjadi

hal kausal dalam kehidupan sosial masyarakat.

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Karena penelitian ini berupa mengumpulkan fakta yang ada, penelitian ini berfokus pada usaha mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Pendekatan fenomenologis (fenomenologi) merupakan tradisi penelitian kualitatif yang berakar pada filsafat dan psikologi dan menitikberatkan pada pengalaman hidup manusia (sosiologi).

Menurut Rahmat (2017), peneliti mencoba memahami makna peristiwa dan hubungannya dengan orang biasa dalam situasi tertentu dari sudut pandang fenomenologis. Peneliti akan mengkaji secara mendalam tema sentral dari struktur utama, objek kajian seperti konsep analisis rantai nilai dapat menerapkan prinsip-prinsip hukum Syariah, perusahaan yang dapat berkolaborasi dengan masyarakat. Pendekatan fenomena ini dianggap lebih tepat karena sejalan dengan tujuan penelitian, yang tidak hanya ingin memahami prinsip-prinsip Syariah menurut Al-Qur'an dan Hadits, tetapi juga untuk memperkuat dan mengimplementasikannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Konsep Analisis Rantai Nilai Berprinsip Syariah

Menurut Porter (1985) konsep rantai nilai menyediakan suatu kerangka yang sesuai untuk menjelaskan bagaimana suatu kesatuan organisasi dapat mengelola pertimbangan yang substansial dalam mengalokasikan sumber dayanya, menciptakan pembedaan dan secara efektif mengatur biaya-biaya. Islam merupakan ajaran Ilahi yang bersifat integral (menyentu) dan komprehensif atau mencakup segala aspek kehidupan (Suhadi, 2015). Konsep ini akan dibahas mengenai konsep value chain analysis yang berdasarkan prinsip syariah dengan segala aktivitas-aktivitas yang ada pada Bank Muamalat Kota Palopo akan dikaitkan dengan prinsip syariah jadi

semua aktivitas tersebut terukur dengan prinsip syariah.

Rantai Nilai mengembangkan cara untuk memandang suatu perusahaan rantai aktivitas yang mengubah input menjadi output yang bernilai bagi pelanggan. Nilai bagi pelanggan berasal dari 3 (tiga) sumber: aktivitas yang membedakan produk, aktivitas yang menurunkan nilai produk dan aktivitas yang dapat segera memenuhi kebutuhan pelanggan. Analisis Rantai Nilai berupaya memahami bagaimana suatu bisnis menciptakan nilai bagi pelanggan berdasarkan syariah dengan memeriksa kontribusi dan aktivitas-aktivitas yang berbeda dalam bisnis terhadap nilai tersebut.

Rantai nilai dalam bank komersial baik umum/konvensional maupun syariah, pada dasarnya serupa, dengan beberapa kekhususan terutama terkait operasional yang didasarkan pada fatwa-fatwa dengan landasan Al-Quran dan as-Sunnah dari Dewan Syariah Nasional yang merupakan bagian dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Kekhususan lain adalah konsep bagi hasil untuk menghindari riba, keberadaan Dewan Pengawas Syariah, dan operasional kegiatan penghimpunan dan pengembangan dana perbankan yang harus menjaga kehalalan harta yang dihasilkan. Ibnu Utsaimin menyatakan bahwa selama dalam akad tidak terdapat unsur kezaliman, gharar, dan riba maka akad tersebut sah (Tarmizi, 2017). Dalam hal ini, suatu muamalah termasuk aktivitas dalam perbankan dan industri keuangan syariah dinyatakan secara umum sebagai muamalah berprinsip syariah apabila tidak ada unsur kezaliman, gharar, dan riba, sehingga harta yang dimuamalahkan adalah harta yang halal.

Islam memuliakan dan menjamin manusia sebagai makhluk yang bermartabat, yang patut menjaga dirinya dengan menjalankan syariat Islam. Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman yang artinya "Dan sungguh telah Kami muliakan anak-anak Adam, Kami angkut mereka di daratan dan di lautan, Kami beri mereka rizki dari yang baik-baik dan kami lebihkan mereka dengan kelebihan yang sempurna atas kebanyakan makhluk yang telah Kami ciptakan" (QS. Al-Isra':70). Konsistensi manusia dalam melaksanakan syariah Islam dalam

berbagai aspek kehidupan akan menjaga kemuliaan manusia dalam pandangan Allah Subhanahu Wa Ta'ala.

Identifikasi atas aktivitas aktivitas dalam Bank Muamalat didasarkan pada data yang dikumpulkan dari konten berupa dokumen cetak dan digital yang relevan antara lain laporan tahunan, website, artikel, laporan penelitian, dan dokumen lain. Laporan tahunan yang digunakan adalah laporan tahunan Bank Muamalat tahun 2018-2020. Data yang diperoleh dianalisis dengan metode analisis rantai nilai. Rantai nilai sebagai rangkaian aktivitas terpisah penciptaan nilai dalam perusahaan merupakan refleksi dari sejarah, strategi, pendekatan perusahaan dalam mengimplementasikan strategi, dan aktivitas ekonomi yang mendasarinya. Analisis rantai nilai dilakukan dengan mengidentifikasi aktivitas aktivitas dalam organisasi yang mendukung penciptaan nilai produk bagi pelanggan. Hal ini menyebabkan, suatu rantai nilai perusahaan dalam suatu industri dapat berbeda dengan perusahaan lain dalam industri yang sama (Porter, 1985).

Identifikasi aktivitas nilai dilakukan pada sembilan jenis aktivitas yang berada dalam dua kelompok yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Rantai nilai perusahaan terdiri dari dua kategori aktivitas, yaitu aktivitas utama (primary activities) dan aktivitas pendukung (support activities). Aktivitas primer adalah aktivitas yang terlibat dalam penyiapan, produksi, distribusi, pemasaran, dan layanan purna jual, yang terdiri dari inbound logistics, operations, outbound logistics, marketing and sales, dan service. Setiap aktivitas utama tersebut terhubung dengan aktivitas pendukung untuk mendukung aktivitas utama serta meningkatkan efektivitas atau efisiensinya. Aktivitas pendukung antara lain procurement, technology development, human resource management, dan firm infrastructure (Porter, 1985). Sebagaimana yang dikatakan dari hasil wawancara oleh pimpinan Bank Muamalat Kota Palopo bahwa:

"Rantai nilai yang berjalan pada bank muamalat secara prinsip itu dari Al-qur'an dan Hadist, secara aktifitas pada bank muamalat itu pada intinya ada dua nabung

dan pembiayaan, tapi jika lebih rinci lagi bisa dibagi dua ada aktifitas utama dan pendukungnya”

Hasil wawancara dengan pak hadi selaku pimpinan Bank Muamalat Kota Palopo, mengatakan:

“Aktivitas utama dari bank ini itu sudah pasti penghimpunan modal dan dana dari nasabah, lalu adanya desain produk yang mana berdasarkan fatwa dan pengembangan dana juga, ada layanan yang ditawarkan pula”

Aktivitas inbound logistics merupakan aktivitas yang berhubungan dengan penerimaan, penyimpanan, dan distribusi input untuk produksi sebuah produk. Dalam Bank Muamalat, aktivitas inbound logistics diidentifikasi dengan menyesuaikan aktivitas penerimaan, penyimpanan, dan distribusi input untuk produksi sebuah produk dalam kaitannya dengan produk perbankan syariah. Aktivitas inbound logistics dalam Bank Muamalat adalah penghimpunan modal dan dana bank. Penghimpunan modal dan dana dapat berasal dari pemilik atau pemegang saham, kreditur, dan nasabah.

Aktivitas operations adalah aktivitas yang menyangkut proses transformasi input, bahan baku menjadi produk akhir. Dalam Bank Muamalat, aktivitas operations diidentifikasi dengan menyesuaikan aktivitas transformasi input, bahan baku menjadi produk akhir dalam kaitannya dengan produk perbankan syariah. Aktivitas operations Bank Muamalat adalah desain produk, kesesuaian dengan fatwa, inovasi produk, bauran produk dan layanan jasa keuangan, fee-based activities, pembiayaan, dan formulasi bagi hasil, investasi dan pengembangan dana.

Aktivitas outbound logistics adalah aktivitas yang berhubungan dengan pengumpulan, penyimpanan, dan pendistribusian produk kepada pengguna. Pada Bank Muamalat, aktivitas outbound logistics diidentifikasi dengan menyesuaikan aktivitas pengumpulan, penyimpanan, dan pendistribusian produk perbankan syariah kepada nasabah. Aktivitas outbound logistics Bank Muamalat adalah distribusi informasi produk kepada cabang dan mitra.

Aktivitas marketing adalah aktivitas yang menyangkut penyediaan sarana agar nasabah dapat menyimpan atau mengajukan pembiayaan dan aktivitas yang mempengaruhi nasabah agar terjadi aktivitas perbankan syariah. Pada Bank Muamalat, aktivitas marketing adalah pemasaran produk tabungan, pembiayaan, atau layanan keuangan kepada nasabah, promosi produk, dan layanan lainnya.

Aktivitas services adalah aktivitas yang menyangkut penyediaan layanan untuk memperkuat atau menjaga nilai produk. Pada Bank Muamalat aktivitas services akan berkaitan dengan berbagai aktivitas dalam menjaga kepuasan nasabah baik produk tabungan, pembiayaan, atau layanan jasa keuangan. Aktivitas services dalam Bank Muamalat adalah layanan purna jual, customer relationship management, dan penanganan keluhan nasabah.

Hasil analisis rantai nilai yang berhasil diidentifikasi dalam Bank Muamalat ditunjukkan pada gambar berikut

:

.Gambar 4.2 Rantai Nilai Bank Muamalat Kota Palopo

Berdasarkan hasil wawancara adapun aktivitas utama dari Bank Muamalat Kota Palopo yaitu Penghimpunan modal dan dana, desain produk, pengembangan dana, distribusi produk, pemasaran, layanan.

Aktivitas yang berjalan di Bank Muamalat Kota Palopo adalah penghimpunan dana dan pengembangan dana. Penghimpunan dana merupakan penempatan dana pihak ketiga maupun pihak kedua dalam bentuk tabungan, deposito, giro. pengembangan dana merupakan kegiatan pembiayaan yang dilakukan Bank Muamalat dalam pembiayaan KPR, SME, Multiguna, Back to Back, Pro Haji. pemasaran yg bank Muamalat lakukan adalah dengan jalan sosialisasi baik individu perorangan maupun kelompok dan kumpulan-kumpulan seperti Instansi-instansi pemerintah maupun swasta, kelompok-kelompok pengajian, dan masjid-masjid. layanan merupakan salah satu penentu

suatu usaha tetap eksis atau gagal, contohnya usahanya biasa-biasa saja tapi pelayanannya prima banyak orang yang senang dan ada usahanya bagus tapi pelayanannya tidak prima kurang baik banyak orang tidak senang. Operasional atau SOP juga sangat penentuan untuk suatu usaha perbankan tetap berjalan dan bertahan, operasional ibarat rem pada kendaraan (kontrol). Pengembangan teknologi juga sangat berpengaruh untuk suatu usaha perbankan tetap di minati masyarakat karena mampu di akses dimana saja, buka rekening tidak harus bertatap muka, transfer, bantar listrik, beli pulsa data cukup di rumah saja, ini sangat membanu dalam pengembangan usaha.

Dan aktivitas pendukungnya berupa firm infrastructure, Human Resource Management, Technology Development dan Procurement. Aktivitas firm infrastucture adalah aktivitas pendukung yang meliputi manajemen umum, perencanaan, keuangan, akuntansi, hukum, hubungan dengan pemerintah, dan manajemen mutu dalam perusahaan. Pada Bank Muamalat kota Palopo, aktivitas firm infrastucture adalah infrastruktur bank yang meliputi manajemen, struktur dan sistem organisasi, dan manajemen risiko.

Aktivitas human resource management adalah aktivitas yang meliputi penerimaan, pelatihan, pengembangan, dan kompensasi untuk semua jenis tenaga kerja. Secara umum, human resource management dalam Bank Muamalat diarahkan untuk menyediakan sumber daya insani yang memiliki budaya kerja Islami dan kepemimpinan Islami. Pada Bank Muamalat Kota Palopo, aktivitas human resource management adalah manajemen SDM yang dinamis dan kepemimpinan Islami.

Aktivitas technology development adalah beragam aktivitas berkaitan dengan upaya meningkatkan produk dan proses, serta penelitian dan pengembangan. Aktivitas technology development dalam Bank Muamalat Kota Palopo adalah pengembangan dan akuisisi teknologi perbankan.

Aktivitas procurement adalah kegiatan yang berhubungan dengan fungsi pengadaan sumber daya atau input yang digunakan dalam rantai nilai organisasi.

Aktivitas procurement dalam Bank Muamalat diarahkan untuk menyediakan berbagai kebutuhan dalam melaksanakan aktivitas pada rantai nilai. Aktivitas procurement dalam Bank Muamalat kota palopo adalah pengadaan aset tetap, aset tidak tetap, dan teknologi perbankan.

Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat Kota Palopo dalam rantai nilai yang dimana aktivitas-aktivitasnya baik aktivitas utama maupun pendukungnya taat terhadap prinsip syariah sebagaimana yang dikatakan oleh pak Hadi dalam wawancara, bahwa:

“Bank muamalat ini memiliki Dewan Pengawas Syariah yang mana segala kebijakan aktifitas yang dilakukan itu sesuai dengan Al-qur’an dan Hadist”

Pak Hadi mengatakan pula tentang apakah rantai nilai berprinsip syariah ini dapat mewujudkan Good Corporate Governance dalam wawancaranya, bahwa:

“Alhamdulillah pertama Islam mengajarkan keberkahan nah dalam rantai nilai yang berprinsip syariah ini dengan keberkahan itu Bank Muamalat ini berjalan dengan baik”

Penentuan di bagian mana perusahaan berada dari seluruh rantai nilai merupakan analisis strategik, berdasarkan pertimbangan terhadap keunggulan bersaing yang ada pada setiap perusahaan untuk mencapai tata kelolah perusahaan yang baik (GCG), yaitu dimana perusahaan dapat memberikan nilai terbaik untuk nasabah. Perkembangannya, Bank Muamalat Kota Palopo sebagai salah satu bank syariah yang menerapkan prinsip Islami senantiasa melakukan pembenahan dan perbaikan dengan mengevaluasi kinerja perusahaan.

4.3 Analisis Rantai Nilai dengan Pendekatan Prinsip Syariah

Konsep Analisis Rantai Nilai dapat menjadi alat yang berguna sebagai suatu perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif sebuah rantai nilai adalah cara konseptualisme kegiatan yang diperlukan untuk memberikan produk atau layanan kepada nasabah. Rantai nilai model menunjukkan konfigurasi tertentu kegiatan yang diperlukan untuk menciptakan nilai dalam suatu produk atau jasa. Konfigurasi

kegiatan nilai ini dan dihasilkan dalam produk atau layanan akan menjadi unik untuk unit tertentu atau perusahaan. Keunggulan kompetitif dapat mengakibatkan dari cara kegiatan diskrit dilakukan sepanjang rantai nilai.

Rantai nilai mengidentifikasi dan menghubungkan berbagai aktivitas strategik diperusahaan (Hansen Mowen, 2000). Sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis rantai nilai merupakan suatu alat yang digunakan untuk menciptakan nilai bagi pelanggannya untuk mencapai suatu keunggulan yang kompetitif.

4.3.1 Tahapan analisis rantai nilai Berdasarkan Prinsip Kejujuran dan Gharar. Istilah rantai nilai menggambarkan cara untuk memandang suatu perusahaan sebagai rantai aktivitas yang mengubah input menjadi output yang bernilai bagi nasabah. Nilai bagi nasabah berasal dari tiga sumber dasar aktivitas yang membedakan produk, aktivitas yang menurunkan biaya produk dan aktivitas yang dapat segera memenuhi kebutuhan nasabah. Analisis rantai nilai berupaya memahami bagaimana suatu bisnis menciptakan nilai bagi nasabah dengan memeriksa kontribusi dari aktivitas-aktivitas yang berbeda dalam bisnis terhadap nilai tersebut (Pears and Robinson, 2009). Sedangkan menurut Shank dan Govindarajan (2000), mendefinisikan analisis rantai nilai, merupakan alat untuk memahami rantai nilai yang membentuk suatu produk. Rantai nilai ini berasal dari aktifitas-aktifitas yang dilakukan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis rantai nilai merupakan suatu alat yang digunakan untuk menciptakan nilai bagi pelanggannya untuk mencapai suatu keunggulan yang kompetitif. Bank Muamalat Kota Palopo telah menciptakan nilai tambah bagi setiap nasabah yang datang selain itu juga, secara tidak langsung bahwa Bank Muamalat Kota Palopo telah memberikan dampak yang baik terhadap internal tersebut yaitu sistem pengelolaan yang baik. Berdasarkan pernyataan yang telah diberikan oleh bapak Hadi bahwa:

“Hal yang perlu dilakukan adalah promosi baik secara pelayanan dan sebagainya dan termasuk promosi internal dan eksternal

dalam hal kegiatan media fajar, media sosial dan kami juga mempromosikan produk yang dihasilkan, kemudian kami promosikan dengan sacara sehat dan tidak ada pihak yang kami rugikan maksudnya bersaing secara syariat islam”.

Dalam pemamtaun dan pengawasan dalam islam mempunyai landasan untuk menjalankan segala aktivitas yang dilakukan manusia di muka bumi ini agar senantiasa di pertanggung jawab nantinya diakhirat. Islam mengajarkan dalam sistem ekonomi ummatnya, didasarkan pada nilai keadilan yang harus ditegakkan, dan menjadi prinsip pokok untuk melakukan kegiatan ekonomi. Setiap kegiatan ekonomi harus mengandung unsur manfaat serta tidak melakukan penganiayaan terhadap dirinya dan orang lain, sehingga kegiatan ekonomi dapat menciptakan kesejahteraan secara merata. Berdasarkan hasil wawancara tersebut yang diperoleh dari beberapa informan dan firman Allah SWT, dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat Kota Palopo dalam melakukan proses memperkenalkan produknya kepada nasabah tidak ada pihak yang dirugikan oleh Bank Muamalat Kota Palopo.

4.3.2 Tahapan Aktivitas-Aktivitas Dalam Analisis Rantai Nilai Berdasarkan Prinsip Mashlahat dan Bebas Riba

Langkah awal dalam analisis rantai nilai adalah memecah operasi menjadi aktivitas atau proses bisnis tertentu, dengan mengelompokkan aktivitas atas proses tersebut ke dalam kategori aktivitas utama manajer atau pendukung. Analisis rantai nilai berupaya melihat berupaya melihat biaya lintas rangkaian aktivitas yang dilakukan oleh bisnis tersebut untuk menentukan dimana terdapat keunggulan biaya rendah atau kelemahan biaya. Analisis rantai nilai melihat kepada atribut-atribut dari setiap aktivitas yang berbeda ini untuk menentukan dengan cara bagaimana setiap aktivitas yang terjadi antara pembelian input dan layanan purna jual dapat membedakan produk atau jasa perusahaan. Rantai nilai ini mencakup margin laba karena markup di atas biaya perusahaan untuk menyediakan aktivitas bernilai tambah umumnya merupakan bagian dari harga yang dibayar oleh pembeli- menciptakan nilai yang melampaui biaya untuk menghasilkan

imbalan atas upaya tersebut. Dibutuhkan penilaian pribadi untuk setiap perusahaan dan industri yang berbeda karena apa yang di pandang sebagai aktivitas pendukung oleh suatu perusahaan mungkin merupakan aktivitas utama bagi perusahaan lain atau industri lain. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Hadi, mengatakan bahwa:

“Kami disini mendesain produk dengan berbeda dengan bank syariah lain agar mempunyai nilai tersendiri bagi Bank Muamalat Kota Palopo dan mempunyai nilai tambah bagi kami”.

Konsep rantai nilai menyediakan sesuatu kerangka yang sesuai untuk menjelaskan bagaimana suatu kesatuan organisasi dapat mengelola pertimbangan yang substansial dalam mengalokasikan sumber dayanya, menciptakan pembeda dan secara efektif mengatur biaya-biayanya. Model rantai nilai sebagai alat untuk mengidentifikasi cara-cara menghasilkan nilai tambah bagi konsumen dan keseluruhan nilai yang terdiri dari aktifitas-aktivitas dan keuntungan (margin).

Strategi merupakan tindakan atau pola yang dilakukan untuk mencapai tujuan, yang tidak hanya meliputi strategi yang direncanakan tetapi juga mencakup konsistensi perusahaan dalam mengambil keputusan, implementasi strategi perusahaan berusaha memfokuskan kepada produknya dan pengembangan pengetahuan, keterampilan yang secara khusus tercermin dalam keahlian mengolah bahan baku agar terlihat unik dilihat bagi konsumen begitu pula dengan pelanggan. Konteks hukum islam teori kemaslahatan menduduki peran penting dalam dunia prekonomian, sosial dan politik agar tidak ada pihak yang dirugikan baik dengan pihak internal perusahaan dan eksternal, dalam rangka memperhatikan kemaslahatan inilah, dalam sejarah pembentukan hukum islam, dalam sejarah pembentukan hukum Islam, suatu kasus bisa saja berubah ketentuannya apabila ‘illat-nya (mashlahat atau mudarat) telah hilang. Begitu juga sesuatu yang pada dasarnya boleh (tidak dilarang), tapi dalam waktu atau kondisi tertentu bisa saja ditetapkan hukumnya terlarang (haram) apabila mendatangkan kemudharatan seperti

memperjualbelikan senjata. Tidak diragukan, untuk tujuan memelihara kemaslahatan ini jugalah, kenapa sejumlah ijihad Umar bin al-Khattab, di bidang ekonomi, bukan saja kontroversial dengan pendapat para sahabat Nabi di masanya, bahkan berbeda dengan praktik yang berlaku di zaman Rasulullah SAW. Dapat dipahami bahwa Bank Muamalat Kota Palopo bebas dari riba dalam tukar-menukar barang yang sejenis atau jual beli tanpa disertai dengan imbalan, dan kelebihan tersebut disyaratkan dalam perjanjian. Dengan demikian, apabila kelebihan tersebut tidak syaratkan dalam perjanjian maka tidak termasuk riba.

4.3.3 Langkah-Langkah Analisis Rantai Nilai Berdasarkan Prinsip Syariah Dalam Mewujudkan Good Corporate Governance Bisnis yang dijalankan dengan governance yang baik akan lebih memungkinkan untuk tetap sustainable atau berlangsung secara baik. Keberlangsungan bisnis sangat penting untuk dijaga karena dapat menjanjikan keberlangsungan bisnis dalam memberikan kemanfaatan bagi semua pihak yang berkepentingan termasuk lingkungan sekitar. Oleh karena itu syariah menjunjung tinggi bisnis yang baik karena memberikan kemanfaatan luas bagi banyak pihak. Bisnis yang dipandu oleh spiritualitas dan etika akan menciptakan iklim usaha yang sehat dan berkesinambungan dengan terwujudnya disiplin pasar yang lahir dari budaya governance bisnis yang baik. Dalam rangka mewujudkan budaya governance di dunia bisnis, Rasulullah SAW sangat memperhatikan kepada kedisiplinan dalam pelaksanaan kegiatan usaha, baik melalui arahan maupun inspeksi pasar dengan harapan terwujudnya aktivitas-aktivitas bisnis yang berdasarkan akhlaqul karimah sehingga dapat tetap memberikan kemaslahatan dan kemanfaatan serta terhindar dari kemudharatan. Pemahaman terhadap prinsip-prinsip corporate governance telah dijadikan acuan oleh negara-negara di dunia termasuk Indonesia. Prinsip-prinsip tersebut diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan dengan tetap memperhatikan pihak-pihak yang berkepentingan. Oleh karena itu analisis rantai nilai akan membahas sesuai dengan

prinsip syariah agar tercapai good corporate governance, dengan demikian langkah-langkah analisis rantai nilai berdasarkan prinsip syariah untuk mewujudkan tata kelola perusahaan dengan baik (good corporate governance) dengan menggunakan pendekatan theory (teori), agar perusahaan mencapai yang telah di ingin berdasarkan ketentuan-ketentuan yang ada.

a. Keterbukaan

Pelaku bisnis syariah harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan yang sesuai dengan ketentuan syariah, prinsip keterbukaan yang dianut oleh pelaku bisnis syariah tidak mengurangi kewajiban untuk memenuhi ketentuan kerahasiaan organisasi sesuai dengan peraturan perundangan, rahasia jabatan, dan hak-hak pribadi.

Dalam kegiatan ekonomi ajaran islam harus ada sifat keterbukaan untuk melakukan suatu kegiatan baik kehidupan sehari-hari, bersosialisasi dengan masyarakat begitu pula antara perusahaan dengan konsumen tidak di perbolehkan untuk saling merugikan antara satu dengan yang lainnya, harus bersifat keterbukaan agar saling memberikan manfaat bagi perusahaan dan konsumen. Dan bagi perusahaan untuk mencapai tata kelola perusahaan yang baik haruslah sesuai prinsip-prinsip islam dalam melakukan aktivitas-aktivitasnya atau analisis rantai nilai yang berdasarkan prinsip syariah dalam dunia usaha. Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari pak Hadi yang menyatakan bahwa:

“Di bank ini dalam menjalankan kegiatan sudah menerapkan prinsip islam, prinsip ini menjadi landasan bagi kami jadi secara tidak langsung bahwa kami telah melakukan keterbukaan terhadap pegawai kami baik kepada nasabah”.

Berdasarkan pernyataan diatas yang diperoleh dari hasil wawancara dari informan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada Bank Muamalat Kota Palopo telah menerapkan prinsip keterbukaan. Berdasarkan hasil wawancara, secara tidak langsung telah diterapkan prinsip islam

dimana prinsip islam ini telah mengadung prinsip kejujuran baik dalam kehidupan sehari-hari dalam aktivitas-aktivitas perusahaan. Bisa ditarik kesimpulan bahwa Bank Muamalat Kota Palopo sudah menerapkan prinsip GCG (Good Corporate Governance) yaitu tata kelola perusahaan yang baik karena salah satu prinsip inilah jika ingin mencapai lebih baik kedepannya atau usaha berlanjut. Oleh karena itu pelaku bisnis syariah mengenai hal yang penting untuk pengambilan keputusan yang sesuai ketentuan syariah, prinsip keterbukaan yang dianut oleh pelaku bisnis syariah.

b. Responsibilitas

Responsibilitas lebih disebut dengan prinsip tanggung jawab dimana para pengelola wajib memberikan pertanggungjawaban atas semua tindakan dalam mengelola perusahaan kepada pemaku kepentingan sebagai wujud kepercayaan yang diberikan kepadanya. Prinsip pertanggungjawaban ada sebagai konsekuensi logis dari kepercayaan dan wewenang yang diberikan oleh para pemangku kepentingan kepada pengelola perusahaan, menghindari dari penyalahgunaan kekuasaan, menjadi professional dengan tetap menjunjung etika dalam menjalankan bisnis, dan menciptakan serta memelihara lingkungan bisnis yang sehat, selain itu prinsip ini juga mengandung prinsip yang mencerminkan kinerja pengelolaan perusahaan yang baik. Kemudian Bank Muamalat Kota Palopo semua produk yang dihasilkan sesuai dengan prinsip Good corporate governance dapat dipertanggungjawabkan kepada ke nasabah dapat memberikan manfaat, segala aktivitas-aktivitas yang dilakukan Bank Muamalat Kota Palopo sesuai engan dinamis ekonomi dimana tanggung jawab diwujudkan dalam bentuk pemberian keuntungan ekonomis bagi para pemengan kepentingan dan tanggung jawab pengelolaan diwujudkan dalam bentuk ketaatan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku, kemudian dimensi sosial Bank Muamalat Kota Palopo sejauh mana manajemen memberikan corporate social responsibility (CSR) sebagai wujud kepedulian terhadap masyarakat dan kelestarian alam di lingkungan Bank Muamalat Kota Palopo.

Hubungan dengan asas tanggungjawab (responsibility) pelaku bisnis syariah harus mematuhi peraturan perundangan dan ketentuan bisnis syariah, serta melaksanakan tanggungjawab terhadap masyarakat dan lingkungan. Tanggungjawab atas perbuatan manusia dilakukan baik di dunia maupun di akhirat, yang semuanya direkam dalam catatan yang akan dicermatinya nanti, pelaku bisnis syariah harus berpegang prinsip kehati-hati dan memastikan kepatuhan terhadap kepatuhan bisnis syariah dan perundangan, anggaran dasar serta peraturan internal pelakubisnis syariah.

c. Independensi

Istilah independensi sering diartikan sebagai merdeka, bebas, tidak memihak tidak dalam tekanan tertentu, netral, objektif, punya integritas, dan tidak dalam posisi konflik kepentingan. Jadi sebuah perusahaan harus independensi dengan segala hal baik dalam pertanggungjawaban dan pengambilan keputusan begitupula dengan Bank Muamalat Kota Palopo telah menerapkan prinsip independensi.

Dalam hubungan dengan asas independensi (independency), bisnis syariah harus dikelola secara independen sehingga masing-masing pihak tidak boleh saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak manapun. Independensi terkait dengan konsistensi atau sikap istiqomah yaitu tetap berpegang teguh pada kebenaran meskipun harus menghadapi risiko.

Independen merupakan karakter manusia yang bijak (ulul al-bab) yang dalam Al-Qur'an disebutkan sebanyak 16 kali, yang diantara karakternya adalah "Mereka yang mampu menyerap informasi (mendengar perkataan) dan mengambil keputusan (mengikuti) yang terbaik (sesuai dengan nuraninya tanpa tekanan pihak manapun)." Masing-masing Perbankan harus melaksanakan fungsi dan tugasnya sesuai dengan peraturan perundangan dan ketentuan syariah, tidak saling mendominasi dan atau melempar tanggung jawab antara satu dengan yang lain. Begitu pula dengan Bank Muamalat Kota Palopo tidak saling melempar tanggung jawab mereka konsisten dengan pendirian mereka masing-masing.

Pelaku bisnis syariah harus bersikap independen dan harus menghindari terjadinya dominasi oleh pihak manapun, tidak terpengaruh oleh kepentingan tertentu, bebas dari benturan kepentingan dan dari segala pengaruh atau tekanan, sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara obyektif.

d. Akuntabilitas

Prinsip ini di mana pengelola berkewajiban untuk membina sistem akuntansi yang efektif untuk menghasilkan laporan keuangan yang dapat dipercaya. Untuk itu, diperlukan kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban setiap organ sehingga pengelolaan berjalan efektif. Akuntabilitas merupakan asas penting dalam bisnis syariah dan merupakan prasyarat yang diperlukan untuk memahami kinerja yang berkesinambungan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, setiap elemen organisasi dan semua karyawan harus berpegang pada etika bisnis syariah dan pedoman perilaku (code of conduct) yang telah disepakati (Peraturan Menteri BUMN R.I).

Menurut (Chandra, 2013) kejelasan fungsi, pelaksanaan dan tanggung jawab organ sehingga pengelolaan terlaksanakan secara efektif. Akuntabilitas mengandung unsur kejelasan fungsi dalam organisasi dan cara mempertanggungjawabkannya. Pelaku bisnis syariah harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu bisnis syariah harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan pelaku bisnis syariah dengan tetap memperhitungkan pemangku kepentingan dan masyarakat pada umumnya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dalam penulisan skripsi ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan prinsip syariah segala aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kota Palopo sudah sesuai dengan prinsip tersebut yaitu prinsip Halalan Thoyyiban, analisis rantai nilai berbasis syariah merupakan alat yang berguna untuk memahami posisi perubahan dalam sesuatu rantai yang membentuk nilai suatu produk

yang mempunyai nilai-nilai ke islaman, analisis rantai nilai harus dipandang dalam skala yang luas, analisis rantai nilai merupakan analisis aktivitas-aktivitas yang menghasilkan nilai, baik yang berasal dari dalam dan luar perusahaan. Analisis rantai nilai mengidentifikasi posisinya, maka perusahaan mengenali aktivitas-aktivitas yang membentuk nilai tersebut, aktivitas-aktivitas tersebut dikaji untuk mengidentifikasi apakah memberikan nilai bagi pelanggan atau tidak.

2. Bank Muamalat Kota Palopo telah menerapkan prinsip Halalan Thoyyiban, prinsip inilah yang menjadi landasan utama dengan menjalankan roda prekonomiannya untuk mencapai tata kelola perusahaan baik (good corporate governance).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan maka peneliti erekomendasikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Konsep value chain analysis berdasarkan prinsip syariah merupakan hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan, oleh karena itu, peneliti diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang hal tersebut dan sebagai bahan pertimbangan untuk penerapan konsep value chain analysis berdasarkan prinsip syariah yang lebih baik kedepannya.

2. Selain konsep value chain analysis berdasarkan prinsip syariah, peneliti juga meninjau konsep value chain analysis berdasarkan prinsip syariah pada Bank Muamalat Kota Palopo dalam sistem pengelolaan perusahaan yang lebih baik agar konsep value chain analysis berdasarkan prinsip syariah terhadap objek penelitian dapat diterapkan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Arifin, H. S. (2019). Pemasaran Era Milenium. Deepublish.
- Arifin, Muhammad. 2018. Psikologi suatu Pengantar. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Chapra, U. dan H. Ahmed. 2018. Corporate Governance Lembaga Syariah. Jakarta: Bumi Aksara.

Danang, W. M. 2016. Penerapan Prinsip Syariah dalam Permodalan Bank Syariah. Jurnal Media Hukum. Vol. 21, No. 1.

David, Fred., R. 2016. Manajemen Strategi. Jakarta: Salemba Empat.

Ellitan, Lena. 2018. Manajemen Strategi Operasi. Bandung: Alfabeta.

Friska, S. 2018. Value Chain Analisis (Analisis Rantai Nilai) untuk Keunggulan Kompetitif Melalui Keunggulan Biaya. Jurnal Ekonomi. Vol. 13, No. 1. 36-44.

Hosen, Nadrtuzzaman. 2019. Analisis Bentuk Gharar Dalam Transaksi Ekonomi. Al-Iqtishad. Vol. 1, No. 1. 55-64.

Lewis, d.k.k.1965. Webster's word university dictionary. Washington: D.C Publisher Company, Inc. 1019.

Mardia, M., d.k.k. (2021). Strategi Pemasaran. Yayasan Kita Menulis.

Mildawati, Titik. 2016. Pemberdayaan Koperasi Melalui Value Chain Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing.1411-0393.

Mintzberg, H., 2016. Pattern In strategy Formulation. Management Science. Vol. 24, No. 9: 934-948.

Mursal dan Suhadi. 2015. Implementasi Prinsip Islam Dalam Aktivitas Ekonomi: Alternatif Mewujudkan Keseimbangan Hidup. Jurnal Penelitian. Vol. 9, No. 1. 67-83.

Muslich, A. W. 2018. Fiqih Muamalat. Jakarta: Amzah

Oktavia, Jessica. 2017. Penerapan Value Chain Analisis Sebagai Alat Untuk Menganalisa Cost Reduction Dalam Rangka Mendukung Terciptanya

- Keunggulan Bersaing di PT Semen Bosowa Maros.
- Papazoglou, d.k.k. 2017. Integrated Value Chains and their Implication from a Business and Technology Standpoint. *Decision Support Systems*, Vol. 29, No.4. 323-342
- Pearce II, d.k.k. 2016. *Strategic Management Formulation, Implementation and Control*. USA McGraw-Hill International Edition.
- Pedoman Umum Good Governance Bisnis Syariah (GGBS) dikeluarkan oleh KNKG (2016).
- Raco, J. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya*
- Rahmat, P. Saeful. 2017. *Penelitian Kualitatif*. *Equilibrium*. Vol. 5, No 9. 1-8.
- Ristifani, 2017. *Analisis Implementasi Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance (GCG) Dan Hubungannya Terhadap Kinerja PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.*
- Sabiq, Sayyid. 1994. *Fiqh Sunnah*. Jilid III. Kairo. Dar'al-Fath li A'lam alArabiy.
- Strauss, A.L. and Corbin, J. 2017. *Basics of Qualitative Research*. Newbury Park, Calif.: Sage.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R &D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U., & Tjiptonon, F. (2019). *Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen*. PT Penerbit IPB Press.
- Taimiyah, Ibnu. 2002. *Majmu' al-Fatawa*. juz III. Beirut: Dar'al Fikri.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*.
- Wisnubroto, d.k.k .2016. *Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Pendekatan Teknologi Atlas Project Method*. *Jurnal Teknologi*, Vol. 6, No. 2. 161-168.